

Guldtrio fortsætter tæt dialog med topchefer

DIALOG. Som selvstændige vil Bundgaard, Lund og Simoni fortsat bruge meget tid på at tale med ledelser, bestyrelser, konkurrenter, leverandører – og på at rejse rundt i verden og se udviklingen.

Af Kasper Kronenberg

Forskellen ligger ikke i et regneark.

For Peter Bundgaard, Anders Lund og Erik Simoni, der netop er begyndt som selvstændige med deres eget fondsmæglerselskab, har det altid været vigtigt at komme væk fra skrivebordet og ud i den virkelige verden – ud til direktører, bestyrelsesmænd, konkurrenter og leverandører.

De tre tidligere magtfulde porteføljeformidlere fra flere store danske finansielle institutioner skal fremover sammensætte en portefølje af danske aktier i selvstændigt regi, hvor de tilbyder kunderne at komme med ombord via køb af investeringsfor- eningsbeviser i en nyoprettet investeringsforening.

Trioen har igennem årene skabt gode afkast, der langt har overgået markedsafkastet, hvorfor der selvfølgelig er fokus på, hvad der gemmer sig af metoder bag aktieudvælgelsen.

Her har det aldrig været nogen hemmelighed, at de bruger meget tid på at interviewe virksomhedernes ledelser – på flere niveauer – så de kan danne sig et bedre indtryk af virksomhederne. Et indtryk som man ikke kan få, hvis man udelukkende kigger på nøgletal.

»Vi lægger meget vægt på

at have en løbende konstruktiv dialog med og om de virksomheder, vi investerer i. Vi har vel en 150 møder om året, hvor vi taler med lederne fra virksomheden, konkurrenter og bestyrelsesmedlemmer,« siger Peter Bundgaard til Business.dk.

En grundig forståelse

Men hvordan griber I det an, hvordan sikrer I jer, at lederne ikke bare sweet-talker jer? Hvordan kommer I om bag de rigtige formuleringer og den handlekraft som power-point præsentationerne udstråler?

»Jo, det er da rigtigt, at de også kan sweet-talke os, men vi forsøger at få en grundigere forståelse af, hvordan ledelsens opfattelse er af at drive forretning. Hvad er de vigtigste ting for dem, hvad er omdrejningspunktet for dem i forståelsen af at skabe fremdrift – hvad lægger de vægt på. Og så prøver vi selvfølgelig at være mere konkrete og få nogle bud på, hvordan de ser forretningen udvikle sig fremadrettet. Hvad er udfordringerne,« siger Anders Lund.

Erik Simoni tilføjer, at det ikke sjældent sker, at lederne bruger dem til at få et indtryk af, hvordan investorerne tænker – og hvad der er vigtigt for dem.

»Jeg tror da også, at de (ledelserne, red.) har behov

for sparring. Ret beset så repræsenterer vi jo ejerne. Så der bliver også spurgt ind til, hvad vi mener om eksempelvis kapitalstrukturen eller om detaljeringsgraden i regnskaberne,« siger Erik Simoni.

USA og Østen

Udover møderne med virksomhedernes ledelser så tilstræber de hvert år at gennemføre en rejse til USA og til Østen.

Her forsøger de dels at mødes med lederne i datterselskaberne til de danske virksomheder, men vil også gerne ud og opleve væksten og markedsvilkårene på allernærmeste hold.

De fortæller om et besøg hos en børsnoteret dansk virksomhed med produktion i Kina, hvor virksomheden oplevede, at når der var frokostpause, så var halvdelen af kantinen tom – fordi halvdelen af medarbejderne var til jobsamtale hos konkurrenten, der havde kontor meget tæt på.

»Vi så jo med egne øjne, at der var en galoperende løninflation i gang. Men vi så også, at hvis kineserne skal op og blive magtfulde forbrugere på den globale scene, så skal der trods alt gennemføres enorme lønloft. Vi var en dag nede på havnen i en stor kinesisk by, hvor vi kom lidt om bag kulisserne, kan man sige. Og det var altså temmelig barske forhold som arbejderne levede under, der kunne vække minder om barakker til krigsfanger under Anden Verdenskrig. Her så vi virkelig, at der er lang,



lang vej endnu før arbejderne kommer til at udgøre en stærk købekraft,« siger Peter Bundgaard.

Peter Bundgaard fortæller, at formålet med at møde lederne for diverse datterselskaber også er, at se hvor langt ned ledelses-kvaliteten rækker.

»Vi vil godt møde det næste ledelseslag også. For at se om topledelsens kvaliteter også rækker længere ned i or-

ganisationen. Simpelt hen for at se om ledelseskvaliteten gennemsyrrer hele virksomheden. Og du kan mærke det i løbet af fem minutter – om en leder han kan sin forretning,« siger Peter Bundgaard.

BL&S Capital management
- Peter Bundgaard, Anders Lund og Erik Simoni.
Foto: Claus Bjørn Larsen

kakr@berlingske.dk